

Il piano

# Polizze auto e servizi online così Poste vuol cambiare pelle

Interrotta la chiusura degli uffici postali periferici, l'obiettivo è renderli redditizi grazie alla digitalizzazione

VITTORIA PULEDDA, MILANO

**Poste** cambia pelle. Il gruppo, guidato da **Matteo Del Fante**, ha finalmente alzato il velo sul nuovo piano industriale, al 2022, puntando le sue carte sulla digitalizzazione degli sportelli e sulla valorizzazione della rete (stop alla chiusura degli uffici postali) e su una consegna pacchi che cavalchi la parte più dinamica, quella legata all'e-commerce; infine, un piano che punta a crescere ancor di più nei servizi finanziari-assicurativi. Ramo danni (e Rc auto) compreso.

Complessivamente, i ricavi registreranno una crescita media annua dell'1% mentre l'utile netto aumenterà del 13% come media annua, per arrivare nel 2022 a 1,2 miliardi. Poi, come ogni piano industriale di un gruppo quotato, è stata precisata la prossima politica di dividendi. Finora è stato distribuito l'80% dell'utile netto, ora **Del Fante** ha cambiato filosofia: il dividendo di 42 centesimi (distribuito sul bilancio 2017) sarà aumentato del 5% ogni anno, per i prossimi tre anni. Poi, per gli ultimi due anni del piano (2021 e 2022) si tornerà invece alla logica della percentuale di utile netto distribuito (il pay out) con un minimo del 60%. Ma non è detto che il target non possa migliorare. «Credo in tutta onestà che da qui al 2020 ci saranno state occasioni per rivedere la politica stessa», ha specificato **Del Fante**. La Borsa ha

festeggiato: il titolo è salito del 5,8% chiudendo a 7,04 euro, ad un soffio dal record di 7,2 euro del 5 gennaio 2016 (e un po' sopra il prezzo di Ipo, a 6,75 euro).

«È un piano di trasformazione completa del gruppo e nel complesso soddisfacente, anche se ha dei punti delicati, che rappresentano scommesse future, seppur ragionevoli - spiega **Andrea Monticini**, professore di Economia politica alla Cattolica di Milano - per esempio è molto interessante l'obiettivo di far diventare redditizi gli uffici postali periferici. È l'opposto di quello che stanno facendo le banche, che chiudono le filiali: le Poste invece vogliono valorizzarle. Questo significa realizzare forti investimenti ad esempio nella digitalizzazione. Così come mi sembra promettente la scommessa di crescere nel ramo Danni o nell'e-commerce, sebbene la competizione soprattutto nel settore assicurativo sia grande e quindi non è detto che i margini siano poi soddisfacenti».

Tra digitalizzazione, automazione e riorganizzazione del modello di servizio, **Poste** conta di investire 2,8 miliardi di euro da qui al 2022. Un forte impulso verrà dalle assicurazioni: **Poste** ha già la leadership nel settore vita, ora vuole premere l'acceleratore sul "Danni e infortuni". Nel piano è previsto che si passi dai 400 mila contratti attuali ai due milioni a fine piano. Anche l'Rc auto rientra negli obiettivi, anche se con un «approccio molto graduale e timido». **Del Fante** ha spiegato che è intenzione del gruppo «entrare nel segmento auto nell'arco del piano», ma ha sottolineato che è stato «pianificato un approccio gra-

duale, molto timido e comunque conservativo»; con più determinazione si premerà invece l'acceleratore sui piani pensionistici.

Ma tra gli elementi forse più caratterizzanti del piano c'è la valorizzazione della consegna pacchi. Amazon è già ora il primo cliente di **Poste** per le consegne, in futuro questo settore diventerà ancora più importante (anche per bilanciare il calo della corrispondenza). La consegna cosiddetta B2C (dal rivenditore al cliente finale) crescerà, in termini di ricavi, ad un tasso del 21% annuo per **Poste**. L'obiettivo è di arrivare alla consegna dai portalettere di 100 milioni di pezzi al 2022, dai 35 attuali. Anche grazie alle consegne pomeridiane dei pacchi, fine settimana compresi (in questo senso sono già stati firmati due accordi sindacali per nuove modalità di lavoro).

«Mi sembra che **Del Fante** abbia davvero tirato fuori tutti gli assi dalla manica. La sua strategia con Amazon ma anche con altri partner futuri, con chiunque voglia cimentarsi nell'e-commerce, mi sembra sia un bene per **Poste** e per il Paese - spiega **Francesco Sacco**, docente di Strategia Aziendale alla **Sda Bocconi** - complessivamente il piano valorizza tutti gli asset del gruppo, puntando a far diventare fonte di ricavi anche attività, come la consegna pacchi, che ora raggiungono a malapena il break even».

Tra i settori che verranno guardati con più attenzione c'è quello finanziario-assicurativo: a questo saranno dedicate 5.000 nuove assunzioni sulle 10 mila previste da qui al 2022 anche se a fine piano ci saranno 15 mila dipendenti in meno (tra pensionamenti e pre-pensionamenti incentivati).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## I punti

1



**Poste** ha presentato il piano industriale 2018-22 che prevede un utile netto in crescita media l'anno del 13%, a 1,2 miliardi nel 2022

2



**Poste** punta all'informatizzazione e alla digitalizzazione per essere più competitiva nelle consegne dei prodotti dell'e-commerce collaborando anche con Amazon

3



**Poste** in cinque anni prevede 10 mila assunzioni. Tra gli obiettivi anche l'espansione nel settore assicurativo con maggiore attenzione al ramo Danni

## I numeri

### Gli obiettivi del piano industriale

in miliardi di euro

#### FATTURATO

2017	10,6
2018	10,7
2020	10,9
2022	11,2

#### MARGINE OPERATIVO NETTO

2017	1,1
2018	1,4
2020	1,6
2022	1,8

#### PROFITTO NETTO (roe)

2017	0,7 (10%)
2018	1,0 (13%)
2020	1,1 (13%)
2022	1,2 (13%)

### L'età dei dipendenti

anno 2017

Under 30	3,1%
31-40	17,2%
41-50	26,2%
51-60	45,3%
over 60	8,2%

